Le parfum et le signe : à propos du *Genji-kô-no-zu*

Yoko Iwasaki

L e *Genji-kô-no-zu*[1], formé à l'époque d'Edo, est un motif qui est composé de cinq lignes verticales reliées de cinquante-deux manières par des lignes horizontales (fig.1). Cette forme est simple et géométrique en raison de sa construction en lignes droites. Chaque dessin a un nom relatif à un des chapitres de *le dit du Genji*, il porte donc en lui un monde littéraire, malgré sa construction simple. Le *Genji-kô-no-zu* fut d'abord établi comme motif utilisé dans le *kumi-kô*, qui est une sorte de jeu classique des odeurs, plus tard il devint et reste de nos jours encore un motif apprécié, largement utilisé sur les objets de la vie quotidienne japonaise. Il apparaît, par exemple, dans l'architecture, comme motif de *kimono* (fig.2), comme dessin sur les gâteaux japonais (fig.3), les papiers d 'emballage. Et on peut également en garnir les coussins de cérémonie, comme objets représentant le destin selon les chapitres du *dit du Genji*.

Bien que l'histoire de la formation de ce motif, et de sa place dans l'histoire de *Kô-dô* qui est l'art classique japonais des odeurs ait déjà fait l'objet de plusieurs recherches, aucune analyse esthétique de la relation, qui en est l'essence, entre la forme simple et la riche signification du motif n'a encore été faite. Le but de cet article n'est pas seulement d'examiner l'histoire de la formation du motif, comme les études précédentes, mais aussi d'élucider la raison pour laquelle il est utilisé dans les objets usuels, comme motif moderne. Et en développant l'analyse du motif de *Genji-kô-no-zu*, on pourra souligner la relation existant entre le parfum et le signe.

Donc premièrement, nous allons brièvement évoquer la formation de *genji-kô-no-zu* dans l'histoire de *kô-dô.* Ensuite nous analyserons la possibilité de *genji-kô-no-zu* comme design, impliquée dans cette forme simple, en nous aidant de la conception du *chic(iki*) de *Shûzô Kûki* en détail. Enfin nous soulignerons le rôle du signe pour fixer les parfums insaisissables et incertains, et éluciderons la relation entre le parfum et le signe dans le *genji-kô-no-zu.*

Le parfum est originellement vague et difficile à exprimer. Dans *kô-dô,* son existence était manifestée non seulement par le sens olfactif mais par tous les autres sens. *Kumikô,* qui est un sorte du jeu de *kô-dô,* fut composé par la littérature

classique japonaise, et exprima les parfums à l'aide d'expressions littéraires. C'est le signe qui oriente les parfums à travers la relation à la littérature, et qui permet aux participants de *kumikô* de partager des scènes littéraires. Le *Genji-kô-no-zu* transforme les cinq parfums en signe dans *kumikô*, et c'est le signe aussi qui nous invite au monde splendide du *dit du Genji*. Dans cet article nous vérifierons que la façon de réduire les parfums insaisissables en signes et de les rattacher au monde littéraire à travers l'imagination de chaque participant au jeu, exerce une influence essentielle sur le *genji-kô-no-zu* comme design.

Ⅰ Le *Genji-ko-no-zu*

1 La formation de *kô-dô*

Kô (encens), qui désigne le parfum que dégage un morceau de bois aromatique, est utilisé depuis longtemps au Japon pour les cérémonies religieuses et la purification des corps. Apporté par le bonze Ganjin (688-763) de Chine au Japon, il fut d'abord introduit pour son emploi lors des cérémonies bouddhiques. La cour de Heian accentua les caractéristiques ludique et esthétique de l'encens. Ainsi, de la séparation de l'encens de ses caractéristiques hygiénique et rituelle pour en faire un objet de plaisir en soi, est née Kôdô, l'art d'apprécier les parfums au Japon. Nous allons tracer les grandes lignes du développement de *kô* comme jeu et la naissance de *kô-dô*.

Au Japon, *kô* était un bien précieux qui n'existait pas au Japon et qu'on importait d'Asie du Sud-Est ou d'Inde. Seule l'aristocratie pouvant se procurer ces bois aromatiques coûteux et rares, l'histoire de *kô* est donc celle des personnes influentes. D'après le *Nihon-shoki* qui est le plus vieux document mentionnant l'encens *kô*, des bois aromatiques échouèrent sur l'actuelle île de Awaji, au 7e siècle, mais on ne sut pas les utiliser[2].

Au 8e siècle, le bonze Ganjin venu de Chine fit connaître le mode d'emploi du *kô* chinois. L'on ne sait exactement ce qu'il transmit mais il semble que cela concernait les cérémonies bouddhiques pour lesquelles on combinait plusieurs bois. La pratique de ces combinaisons en Chine suggère que, outre l'emploi lors des cérémonies religieuses, s'était déjà répandu l'emploi des bois aromatiques dans un souci hygiénique ou comme jeu . Au 11e siècle, l'aristocratie japonaise transforma la combinaison de *kô* introduite par Ganjin, se mit à l'utiliser dans la vie quotidienne et en développa l'aspect ludique. L'un des jeux aromatiques s'appellait *nerikô* dans lequel on réduisait des bois en une poudre, et la roulant dans

des matières gluantes telles que le miel ou la prune, on préparait des combinaisons parfumées. Chaque boule de *nerikô* portait un nom littéraire comme *le prunier, le chrysanthème, la feuille morte*, etc, superposant ainsi sentiments de saison et culture littéraire. On peut ici remarquer l'existence d'une relation entre les parfums et la culture littéraire.

Et le *nerikô,* comme on le voit dans *le dit du Genji*, fut utilisé dans le jeu de *takimonoawase* au cours duquel l'aristocratie fabriquait des boules conformément aux thèmes de chaque saison et rivalisait d'originalité [3]. La formation de *nerikô* et *takimonoawase* dans lesquels l'aristocratie combinait les arômes de façon originale contribua au progrès du mode d'expression des parfums. L'évolution de *k ô* ,d'abord outil de purification lors des cérémonies bouddhiques ou dans la vie quotidienne, en un jeu ou en plaisir va grandement contribuer à la naissance ultérieure de l'art d'apprécier les parfums *kôdô*,

Au 12e siècle, émergea le pouvoir des guerriers, supplantant l'aristocratie. Ceux-là préférèrent l'arôme de la fumée des bois aromatiques à *neriko* qu'il fallait fabriquer (fig.4). Les riches guerriers importèrent beaucoup de bois aromatiques d'Asie du Sud-Est ou d'Inde. Dans le *Taiheiki* (Chronique du Japon médiéval), on trouve mention d'un samuraï riche et excentrique qui brûla en une seule fois beaucoup de bois aromatiques pour son seul plaisir [4].

Au 15e siècle, *Shino Sôshin* officier, mais aussi artiste de la cérémonie du thé et poète, et *Sanjônishi Sanetomi* un aristocrate poète lui aussi, organisèrent la classification systématique des bois aromatiques au Japon en fonction de leur odeur et du lieu d'origine. Et ils les nommèrent, et fixèrent les manières et les instruments pour le jeu des parfums. On dit que ce fut la naissance de *kôdô*, et les deux principales écoles de *kôdô* aujourd'hui, l'école de *Shino* et l'école de *Oie* ont pour fondateurs Shino Sôshin et Sanjônishi Sanetomi.

Toutefois il faut noter le fait que *kôdô* n'est pas apparu de façon indépendante mais que cet art d'apprécier les parfums s'est épanoui dans le salon culturel du général Yoshimasa Ashikaga (1436-1490) en même temps que d'autres arts tels que la poésie, la peinture, l'art floral et la cérémonie du thé. En même temps que fleurissait la culture d'Higashiyama, *kôdô* se formait au cœur de l'activité générale des divers créateurs de la culture japonaise. Les manières et les bienséances de *kôdô* ressemblent à d'autres arts japonais, parce qu'ils se sont constitués en s'interpénétrant. En outre les conditions de la formation de *kôdô* ont influencé sa forme actuelle.

À l'époque d'Edo, l'aristocratie à Kyôto se consacra à l'activité culturelle par suite du transfert du centre de décision politique de Kyoto à Edo. *Kôdô* devint populaire à cette époque. Non seulement les garçons mais aussi les jeunes filles

de la noblesse commencèrent à apprécier *kôdô* pour se cultiver[5]. La princesse *Tohukumonin* (1607-1678), fille du général *Hidetada Tokugawa* qui épousa l'Empereur *Gomizuno* aimait passionément *kôdô* et collectionnait les bois aromatiques avec son mari. Le développement de *kôdô* dut beaucoup à leurs efforts économiques et culturels.

Ce fut à cette époque-là qu'on vit se former de nombreux *kumikô*, en tant qu'aspect important de *kôdô*, dont l'origine se trouve dans le jeu de *nerikô* à l'époque d'*Heian* et le jeu des bois aromatiques des guerriers. Dans la pratique de *kumikô*, on brûlait plus de deux sortes de *kô*. Les participants distinguaient les parfums, et inspirés par ceux-ci, partageaient un monde imaginaire dont l'orientation était donnée par la poésie et la littérature classique. *Kumikô* n'était pas une simple compétition mais un jeu fantastique. On dit qu'il en existe environ sept cents versions, inspirées de la littérature classique telle que *le dit du Genji, le dit d'Isé*, et des rites de saison telle la fête *Aoi* et la course de chevaux japonaise. Pour être habile et apprécier le jeu, il est donc nécessaire de bien connaître la littérature classique, la poésie, et la culture de la cour.

Ainsi *kôdô* qui a ses fondements dans l'époque Muromachi et s'est développé à l'époque d'Edo, a été préservé jusqu'à aujourd'hui. (fig.5)

2 La formation du *Genji-kô-no-zu*

Le *Genji-kô* est une sorte de jeu des parfums *kumikô*, et le motif qui y est utilisé est le *Genji-kô-no-zu*. Dans un premier temps, *kumikô* était un jeu aux formes simples mais qui plus tard devinrent complexes sous la forme de *Genji-kô.* La date et l'inventeur du *Genji-kô* ne sont pas connus avec certitude, mais on pense que le jeu se complexifia, passant de trois parfums à cinq parfums pour finalement former le *Genji-kô* [6]. Dans le *Genji-kô,* l'organisateur mélange vingt-cinq paquets de bois aromatiques, soit cinq sortes de bois multipliés par cinq paquets, en extrait cinq paquets et les brûle. Le participant les sent par ordre et dessine un signe qui indique les différents parfums. Ce signe est le *Genji-kô-no-zu.* Il est tracé avec cinq lignes verticales à partir de la droite, chaque ligne exprimant un parfum. On doit tirer un trait horizontal sur les lignes verticales qu'on pense égales. Il peut donc y avoir cinquante-deux signes dans le *Genji-kô-no-zu.* Ces signes sont les noms provenant du *dit du Genji* qui comprend cinquante-quatre chapitres. Les cinquante-deux variation des lignes verticales et horizontales rappellent les chapitres du *dit du Genji*, qu'on rattache à ces signes : c'est le signe de *utusemi* que le premier et le deuxième arômes sont égaux, mais chaque les autres

différence. Le participant dessine *Genji-ko-no-zu* sur le papier après avoir senti cinq arômes, et en collectionne avec le nom du signe en se référant la note de *Genji-ko-no-zu.* Qui donne toute la bonne réponse se compare à *Hikarugenji* qui est le héros du *dit du Genji. Genji-ko-no-zu* n'est pas seulement le jeu de la compétition, mais aussi le plaisir en s'amusant ensemble l'image gracieux de la cour.

Mais la relation entre le nom des chapitres du *dit du Genji* et les signes du *Genji-kô-no-zu* qui était utilisé comme motif depuis l'époque d'*Edo* n'est pas claire. Sauf *kiritubo* et *yumenoukihasi* qui sont les noms du premier et du dernier chapitres du roman, les signes de *hôkigi* et *tenarai* sont des motifs appropriés pour désigner les premier et dernier volumes. Mais il est difficile de trouver la règle pour les autres signes. Il existe quelques études qui ont tenté de fournir une explication : par exemple, une explication fondée sur les mathématiques japonaises[7], par la comparaison des cinq lignes verticales avec les relations humaines des personnages du *dit du Genji*, par la ressemblance avec les cinquante-deux cartes à jouer, nombre identique à du *Genji-kô-no-zu,*etc. Ainsi, le charme du *Genji-kô-no-zu* n'est pas dû au mystère de la relation des signes avec les noms des chapitres du *dit de Genji*, mais à la forme même qui est simple, géométrique, avec en arrière-fond un riche monde littéraire. C'est en raison de ce charme que le *Genji-kô-no-zu* est devenu le dessin utilisé comme motif traditionnel japonais.

II Le design de *Genji-kô-no-zu*

1 Kuki Shûzô et le *Genji-kô-no-zu*

Il y a beaucoup d'amateurs de *Genji-kô-no-zu* comme le grand écrivain Izumi Kyôka qui utilisait son dessin dans sa vie quotidienne ou les vieilles maisons commerciales japonaises comme leur marque de fabrique. Pourquoi est-il à ce point apprécié ? Nous avons déjà évoqué quelques études existantes sur le sujet, mais il en existe peu qui se sont intéressées à la forme du *Genji-kô-no-zu* pour l'analyser du point de vue visuel. Comme exception, nous pouvons citer l'ouvrage *Structure du chic (iki)* (1930) essai du philosophe Kuki Shûzô (1888-1941). Dans *Structure du chic (iki),* Kuki ne procède pas à une analyse du *Genji-kô-no-zu,* mais la conception du *chic(iki)* qu'il y développe peut nous aider à en saisir le charme.

Kuki distingue l'art objectif et l'art subjectif selon les moyens d'expression utilisés. L'art est objectif dans le cas où le

son contenu est déterminé par une représentation concrète, par exemple, la peinture, la sculpture, et la poésie. L'art est subjectif, au contraire, quand il est régi par un principe fonctionnant d'une manière libre et abstraite, par exemple, l'architecture, la musique et le motif. Dans l'art objectif, le *chic (iki)* est exprimé immédiatement tel l'*ukiyoe* qui représente une femme chic, élégante. Au contraire, dans l'art objectif, il exprime son contenu dans une forme abstraite, c'est pourquoi, dit-il, que le chic est davantage objectivé.

Nous en examinerons par la suite les raisons en relation avec la question de l'imagination, mais à propos des « parallèles verticales », le motif subjectif sur lequel Kuki Shûzô a mis l'accent, gardons en tête le *Genji-kô-no-zu*. C'est dans l'analyse de la rayure que Kuki explique la relation du *chic(iki)* avec les droites parallèles verticales[8]. Kuki écrit que « la forme artistique de l'expression du chic *iki* doit être recherché essentiellement dans l'art subjectif, à savoir dans le principe de formation de l'art libre . Il existe un lien important entre les motifs décoratifs qui sont au premier chef un art libre, et l'expression de l'*iki*. Quelle est donc la forme objective de l'*iki*? La dualité du *bitai* (le rapport de charme d'un sexe à l'autre) doit nécessairement y être exprimée, mais avec certaines caractéristiques nées de l'objectivation de l'*ikiji* (la hardiesse) et de l'*akirame* (la résignation). Pour ce qui est des formes géométriques, rien ne peut exprimer mieux la dualité que les lignes parallèles, celles qui se continuent à l'infini, sans jamais se croiser : c'est l'objectivation la plus pure sur le plan visuel. » [9]

Ce qu'il nomme « dualité » signifie que « quelque chose doit se produire mais ne se produit pas », tout comme les relations de tension entre un homme et une femme. Si on le voit comme une ornementation géométrique, les lignes des flèches et des croix s'influencent réciproquement et expriment quelque chose par leurs formes, mais les parallèles ne signifient rien et s'allongent à l'infini. Kuki conclut que les rayures verticales sont plus chic *(iki)*que les rayures horizontales, parce que dans les lignes verticales, on perçoit clairement le contraste de deux lignes qui s'écartent, tandis que, comme les yeux se trouvent placés horizontalement, dans les rayures horizontales, on perçoit clairement la continuité d'une ligne. Que les rayures verticales conviennent à la perception humaine peut être exemplifié par la pesanteur. Certes, les rayures horizontales rappellent « le poids de la terre immobile» , mais les rayures verticales évoquent un phénomène naturel comme la pluie. Pour les Japonais, il est facile de voir les lignes verticales de droite à gauche selon la coutume japonaise du système d'écriture verticale de haut en bas, comme le sens des peintures sur rouleau. C'est la même chose avec *Genji-kô-no-zu.* Il est dessiné et regardé de droite à gauche selon la coutume

japonaise [10]. Kuki commentait le goût pour les lignes verticales au Japon, par exemple des rayures du *kimono*, qu'on peut trouve dans les *ukiyoe* à l'époque d'Edo. Mais il ne limite pas le *chic(iki)* aux lignes verticales. Il parle également du *chic(iki)* aussi où les droites verticales et horizontales se croisent, par exemple le port d'une ceintureà rayures horizontales avec un *kimono* à rayures verticales, etc [11] . Et le dessin de *Genji-kô-no-zu* même correspond à ce cas. Pour conclure, les rayures verticales et horizontales sont *chic(iki)*, parce qu'elles s'adaptent à la coutume japonaise, et peuvent être facilement acceptées.

Au contraire, il dit que le dessin à la peinture n'est pas *chic(iki)* [12], parce qu'il représente le motif directement et ne favorise pas l'imagination. Ainsi on comprend que l'imagination joue un rôle important dans la composition du *chic(iki)*. Kuki cite comme exemples concrets du *chic(iki)* le corps après le bain, le port de vêtements transparents, les pieds nus, la nuque, et le maquillage léger,etc. Le point commun des tous les exemples, c'est qu'ils excitent l'imagination envers le corps féminin, non pas sous la forme du désir envers un corps nu ou de sexualité. De même que dans le cas des lignes parallèles, il s'agit de quelque chose d'espéré mais caché qui excite l'imagination. Dans l'art subjectif comme le dessin, l'architecture, et la musique, le motif abstrait exprime le *chic(iki)* distinctement parce que l'imagination l'influence. Kuki mentionne le *Genji-kô-no-zu* dans le cadre des lignes parallèles, mais en développant sa conception il en arrive à la thématique de l'imagination qui concerne la nature du dessin. *Genji-kô-no-zu,* sans l'explication répétitive par la peinture ou les mots, s'en remet à l'imagination du monde profond littéraire par ses simples formes.

D'où il ressort que la raison du goût au Japon pour *Genji-ko-no-zu* comme le dessin chic*(iki)*. s'éclaircit. Et le *Genji-kô-no-zu* fonctionne comme un dispositif qui suscite l'imagination, et tout en ayant une forme simple, il présente cinquante-deux variations en un seul groupe, et ce monde entretient un lien étroit avec le monde de joie, de tristesse et des saisons du *Dit du Genji*. On peut donc affirmer que cet ensemble de dessins est unique et précieux.

2 Variétés du *Genji-kô-no-zu* : les modes d'emploi comme design

En développant l'analyse de Kuki dans la construction du chic, nous allons évoquer concrètement le mode d'emploi du *Genji-kô-no-zu* comme dessin populaire. Mais qui pourrait deviner le nom du chapitre du *dit du Genji* au premier coup d'œil sur le *Genji-kô-no-zu* ? Les gens qui connaissent aujourd'hui celui-ci sont peu nombreux, alors qu'il était

autrefois notoire que le dessin concernait les chapitres du *dit du Genji.* Ainsi les *kimono*, les costumes de *kabuki*, et les *ukiyoe* utilisaient le *Genji-kô-no-zu* comme dessin approprié aux saisons et au contenu. Si l'on considère la façon d'utiliser le motif dans les *Ukiyoe* ou dans les objets artisanaux, on peut cerner trois modes d'emploi de *Genji-kô-no-zu.*

Premièrement, on peut l'utiliser comme dessin traditionnel, et ainsi exprimer volontairement le monde du *dit du Genji.* La figure 6 est un *ukiyoe* qui représente un personnage du *dit du Genji* (fig.6). Nous sommes frappés par le grand nombre de *Genji-kô-no-zu* sur son *kimono*. Il est évident que cela suppose la compréhension que ce dessin concerne *le dit du Genji* et en même temps que cette dimension est saisie, notre imagination rend vivant le monde du Genji. De même on peut évoquer *rusumoyo* , thème qui apparaît souvent dans les ouvrages classiques : aucun personnage n'est dessiné, seuls y figurent des paysages et des objets symboliques qui en suscitant l'imagination reproduisent la scène. Dans le cas du *dit du Genji.,* le torii, le véhicule classique, le moineau et la corbeille sont dessinés comme *rusumoyo*. On pourrait même dire que la forme extrême du *rusumoyo* est le *Genji-kô-no-zu,* parce qu'il exprime un monde splendide par de simples signes, sans dessiner les objets concrets [13]. Il exige une grande imagination et incite à élargir son propre monde.

Deuxièmement on peut l'utiliser comme dessin géométrique sans relation avec les saisons ni avec le contenu d'une histoire, sans contexte.Autrement dit, on l'apprécie pour son effet géométrique. C'est le cas intéressant où, en valorisant le motif, est dessiné un *Genji-kô-no-zu imaginaire* . Les cinq droites originales deviennent trois ou six droites, et les droites horizontales sont placées sous les droites verticales. Bien que n'existant pas dans le *Genji-kô-no-zu*, ce motif donne vraiment l'impression d'en faire partie. (fig.7). On dit que la plupart des dessins du *Genji-kô-no-zu* à l'époque d'*Edo* était de pseudo- *Genji-kô-no-zu* [14]. Mais ce ne sont pas des dessins ratés; à la recherche de la nouveauté en tant que dessin, ils entretiennent encore une relation ténue avec le monde du *Genji*. Ce mode exceptionnel n'était-il accepté comme témoignant de l'intérêt du motif du *Genji-ko-no-zu ?*

Il est rare de trouver le *Genji-kô-no-zu* dans la vie quotidienne sauf dans la cérémonie du thé ou des parfums ou encore si l'on réside dans une ville riche en traditions comme Kyôto. Nombreux aussi sont les gens qui ne remarquent pas sa présence. Inévitablement, dans ces conditions, ce motif prend un autre sens. C'est le troisième mode d'utilisation. Dit de façon extrême, par ce mode, le motif devient l'incarnation même de la quintessence de la culture japonaise. Par exemple, il est introduit comme motif décoratif sur les objets de saison, les gâteaux japonais, et sur des parties

architecturales. Les magasins spécialisés dans la vente de l'encens *k ô* l'utilisent dans les articles saisonniers, et l'impriment sur leur papier d'emballage. Un restaurant japonais à la gare de Kyôto a installé une « pièce du Genji » décoré avec des faïences de Kiyomizu portant le dessin de *Genji-kô-no-zu.* Il n'est pas étrange qu'il soit utilisé dans un tel lieu où sont mis en avant le « style japonais » et la culture traditionnelle, parce que ce motif provient du *dit du Genji* considéré comme littérature nationale. Mais ce mode d'utilisation ne comprend pas l'aspect ludique comme l'avait le pseudo- *Genji-kô-no-zu* de l'époque d'*Edo,* comme envers de la rareté d'utilisation de ce motif à l'heure actuelle [15]. Pour que le jeu devienne jeu, il faut comme présupposé que la forme orthodoxe se diffuse dans le public. Il est à craindre qu'actuellement où les occasions de connaître le *Genji-kô-no-zu* orthodoxe sont rares, le pseudo- *Genji-kô-no-zu* soit considéré comme motif sans lien avec *le dit du Genji.* Même les vieilles maisons de porcelaine de Kyoto ne vendent plus depuis longtemps de produits avec le *Genji-kô-no-zu*. Est-ce qu'actuellement on ne demanderait pas à ce motif de figurer la culture japonaise de façon orthodoxe ?

Nous venons de donner un aperçu des divers modes d'utilisation du motif du *Genji-kô-no-zu,* à travers l'histoire.

En arrière-plan de ces mode d'emplois, se dessine sa caractéristique de n'être pas seulement un motif ou un dessin, mais d'être aussi un signe. Cette propriété provient d'une sensibilité originale qui saisit le parfum comme culture et l'exprime en tant que signe.

III Le parfum et le signe

Kuki a séparé l'art objectif (la peinture, la sculpture, et la poésie) de l'art subjectif (l'architecture, la musique, et le dessin). D'un point du vue semblable, E.H Gombrich (1909-2001) a traité de la peinture qu'il considérait comme l'art de la représentation et de l'art décoratif qui réclame une façon de voir différente. Dans *le traité de l 'art décoratif* (1979), il souligne l'importance de bien distinguer entre les actes de voir, de contempler, de porter attention et de lire. Le motif du papier peint et du rideau, l'ornement du cadre ne donnent pas d'informations, et ne requièrent pas d'investigation consciente. Mais devant une peinture, nous fixons notre regard, et elle nous parle. L'art décoratif ne parle pas. Son effet est vague quand nous ne le regardons pas[16]. Ici ce qui est en question est de savoir s'il y a quelque chose qui se déploie derrière l'objet posé comme signe. D'après Gombrich, la peinture est regardée comme une sorte de symbole,

fonctionnement que ne possèdent ni l'art décoratif ni le motif. Et il cite en outre le mot d'Alois Riegl : « il est particulièrement difficile de déterminer la frontière entre l'art décoratif et le symbole »[17]. Il veut ainsi dire qu'il est difficile de traiter de la relation entre le motif et le sens dans l'art décoratif. Car il est difficile de remonter jusqu'à l'origine de la forme quelle qu'elle soit car elle a été simplifiée au cours du temps, et nous en avons perdu la dimension symbolique. Mais il est intéressant, dit-il, qu'il n'y ait rien de plus fort que l'envoûtement que provoquent les symboles mystérieux dont on a perdu le sens tels les hiéroglyphes [18].

Comment appliquer l'interprétation que Gombrich donne du symbole et du signe au *Genji-kô-no-zu?* Il n'est pas évident que le motif lui-même représente dans sa forme le contenu du *dit du Genji*. Il est possible de voir un quelconque effet symbolique dans ce dessin, en raison de la thèse selon laquelle la disposition des lignes verticales symbolisent les relations humaines. Et si ce dessin n'est pas perçu en tant que *Genji-kô-no-zu,* il dégage une *aura* mystérieuse ressemblant aux hiéroglyphes égyptiens. Mais pour les gens qui connaissent le *Genji-kô-no-zu,* ce dessin est également un signe qui porte le monde des 52 chapitres du *dit du Genji.*

D'après Kuki, parce qu'ils n'expriment pas quelque chose directement en tant que forme comme la peinture, les motifs comme celui du *Genji-kô-no-zu,* sont chics*(iki)* . Gombrich affirme aussi que, devant les motifs de l'art décoratif, on ressent une mystérieuse aura car tout en repérant la forme comme dans les hiéroglyphes, on n'en connaît pas l'origine. Ils ont comme point commun que le signe ne représente pas directement l'objet, ce dont ils tirent leur valeur.

Mais à la différence de l'aura des hiéroglyphes, le charme de *Genji-kô-no-zu,* réside dans le fait que son sens change comme un kaléidoscope en raison de la disposition en lignes verticales et horizontales du groupe des cinquante-deux signes. En effet, dans le jeu du *Genji-kô*, quand les participants dessinent ce motif, ils se passent le dépliant *du Genji-kô-no-zu*(fig.8) qui est utilisé pour le vérifier son signe avec le nom du chapitre concerné dans *le dit du Genji.* Dans cet ouvrage fermement plié, sont dessinés les motifs, les illustrations et les waka. Il est généralement de facture très délicate et magnifique. Dans le déroulement de la recherche du dessin correspondant au jeu, les participants sont nécessairement entraînés dans le monde littéraire. Ce temps dans lequel la sorte de signe qu'est le *Genji-kô-no-zu* devient un pont entre le parfum et le monde du récit exprime un temps différent du temps quotidien.

En conclusion, le *Genji-kô-no-zu* comme motif a un rapport étroit avec l'intention d'inscrire le parfum insaisissable

dans le monde concret de la littérature. En raison de cette intentionnalité du parfum vers le signe, le *Genji-kô-no-zu* offre l'occasion d'entrer dans le monde des 52 images du *Dit du Genji*.

Originellement. le *Genji-kô-no-zu* transformait en signe le parfum dans le jeu de Kumikô. Mais s'il s'était agi seulement d'une question de supériorité ou d'infériorité dans le jeu, le motif seul aurait suffi et il n'aurait pas été nécessaire d'ajouter jusqu'au livret du *Dit du Genji*. Dans le monde de l'art d'apprécier les parfums *kôdô*, il existe une relation étroite entre le parfum et la littérature et les *waka*. Cela fonctionnait comme un moyen ingénieux pour que plusieurs personnes partagent un monde, avec comme indice quelque chose d'aussi insaisissable que le parfum [19].

J'ai déjà évoqué le fait qu'au moment de la formation de *kôdô,* on avait procédé à la classification de nombreux bois aromatiques, selon deux modes, qui s'appelaient *rikkoku et gomi. Rikkoku* est un mode de classement des bois d'après les régions d'Asie du sud-est où ils sont produits, mais compte tenu des conditions d'importation au Japon, c'était un système incertain et douteux. Et *Gomi* estt un mode de classification produit par *Johaku Yonekawa* dont le talent dans le *kôdô* avait été découvert par la princesse *Tohukumonin*. Il proposa, pour exprimer l'odorat cinq goûts: doux, acide, piquant, amer, et salé. On décrit le parfum que dégage la fumée d'un arôme comme doux ou amer, par exemple. On dit que Ranyatai qui est une sorte de bois rare Kyara, trésor du Shôsôin, possède ces cinq goûts. Ainsi cette transformation de l'odorat en goût s'explique par le caractère équivoque des odeurs. En outre le nez s'habitue immédiatement aux parfums et le jugement lui-même ne dure pas longtemps. Aussi, nos ancêtres ont-ils exprimé l'odorat avec le goût, et sont parvenus à fixer dans la mémoire, par des signes, les parfums.

Plus que l'expression des parfums par les goûts, l'introduction de la littérature classique et des *waka* dans l'art d'apprécier les parfums *kôdô* est le mode de jeu le plus élevé de fixation des parfums. Parmi ces tentatives, la plus particulière est le *Genji-kô-no-zu* qui relie les parfums au monde littéraire par un signe de forme simple, un élégant motif.

Ⅳ Conclusion

En 1928, Kuki Shûzô donna une conférence sur le thème du temps à Paris. Voici ce qu'il dit à cette occasion :

« Quelle relation l'art japonais a-t-il. en tant qu'élément de la vie spirituelle, avec l'infini ? Le lieu d'activité de cette

vie spirituelle est le temps. L'homme, enfermé dans le temps, aspire à s'en libérer. C'est-à-dire qu'il réclame l'éternité et recherche la vérité, le bien, et la beauté. La fonction de l'art n'est pas dans l'immortalisation d'une vie éphémère, mais dans la création de l'éternité »[20].

Faisant référence à la peinture, à la poésie, et à la musique japonaise, il déclara qua la plus grande caractéristique de ces arts est qu'ils expriment l'infini dans le fini. Par exemple, la peinture exprime originellement l'espace, mais en brisant les lieux communs et en dénouant la magie du présent,, elle arrive à l'infini. Pour cela, il faut détruire la perspective stricte, composer librement sans se préoccuper de la forme, faire vivre les lignes, choisir des coloris simples comme le lavis.

Une telle analyse s'étend à la poésie et à la musique, mais pour généraliser, *l'art japonais exprime le maximum avec le minimum d'expressions* comme le motif du Genji-kô-no-zu. Derrière un signe simple, se trouve le riche univers du *dit du Genji*, c'est-à-dire que s'exprime exactement le maximum par le minimum. C'est le motif du *Genji-kô-no-zu* qui nous invite à entrer dans les plis infinis des scènes et des passions du *dit du Genji* par la transformation en signes des odeurs les plus vagues. Et l'on peut dire que le rapport entre la transformation en signes des parfums et le monde littéraire exerce une profonde influence sur les divers modes d'utilisation du motif du *Genji-kô-no-zu* dans la vie quotidienne.

Notes

[1]Outre *Genji-kô-no-zu,* il y a beaucoup d'appellations du motif, par exemple *Kô-no-zu, Genji-kô, Genji-kô-mon* etc,. Mais dans cet article nous utiliserons *Genji-kô-no-zu.*

[2] *Nihon shoki,* vol.22,(Taro Sakamoto edit.,Iwanami bunko, vol.4, 2001).

[3] Murasaki Shikibu, *Genji monogatari* (Le dit du Genji), le chapitre"*Umegae"*(la branche de prunier).

[4] *Taiheiki,*vol.39, (Tadashi Hasegawa edit., Shinpen Nihonbungaku zenshu vol.56, 1997, p.394).

[5] Hatsune-no-chôdo, qui est un assortiment de *kô,* avait être préparé à l'époque d'Edo comme objet de mariage de la Princesse Tiyo. Il était très coûteux et précieux. À cette époque-là, les jeunes filles de la noblesse devaient avoir du goût pour l'encens *kô*.

[6] Hata Masataka , *Kô-sansai:Kô to Nihonjin no Monogatari* (L'histoire de l'encens et les Japonais), Tokyoshoseki, 2004, p.157-170.

[7] Hayakawa Jinzô, *A propos du Genji-kô-no-zu,* Rapport de l'association japonaise d'encens *kô,* vol.12,13, 1978.

[8] Kuki Shûzô, *Iki no kôzô* (Structure du chic), Œuvres complètes de Kuki vol.1, Iwanami shoten, 1981, p.57. Il existe une traduction française : KUKI Shûzô, *Structure de l'iki*, traduction par MAENO Toshikuni, Tôkyô, Maison franco-japonaise, 1984, pp.88.

[9] *ibid.,* p.53. (version française : p.56)

[10] *Kô-sansai:Kô to Nihonjin no Monogatari. op.cit.,* p.169.

[11] *Iki no kôzô, op.cit.,* p.55.

[12]. *ibid.,* p.59.

[13] Namiki Seiji , *Nihon no dent*ô *mohyô* (Les motifs traditionnels japonais), Tokyo bijutsu, 2006, p.118,119.

[14] Kawamoto Atsuo, *Nihon no mohyô* (Les motifs japonais*),* vol.22, Korinsha shuppan, 1976.

[15] Centre de recherches de la culture de *Kod*o edit*., Kô et Kôdô*, Yuzankaku shuppan, 1993, p.62.

[16] E.H. Gombrich, *The sense of order:a study in the psychology of decorative art*, Ithaca, Cornell University Press, 1984, p.116.

[17] A. Riegl, *Bijutsu-yoshikiron(* Sur le style de l'art), Iwasaki bijutsusha, 1970, p.87.

[18] *The sense of order:a study in the psychology of decorative art*, *op.cit.,* p.400.

[19] Cf., Yoko Iwasaki, *Kaori to geijutsu* (Le parfum et l'art), Bulletin de l'université de l'art de Nara vol.1, 2003,p.9-21.

Yoko Iwasaki, « Art and the sense of smell:The traditional Japanese art of scents(kô) *»,* in *AESTHETICS*, Japanese Society for Aesthetics, No.11, 2004.

[20] Kuki Shûzô, *Jikanron* (le traité du temps) , Œuvres complètes de Kuki vol.1, Iwanami shoten, 1981, p.428.